SOLDES, MODE D'EMPLOI

Source DDCCRF

Définition : toute opération publicitaire, y compris les soldes privés, tendant à l'écoulement d'un stock au moyen de réductions de prix, quels que soient les termes utilisés dans la publicité.

Qu'est ce qu'écouler un stock ? : il y a volonté d'écouler un stock lorsque l'annonceur ne s'engage pas à

- Assurer la vente en magasin des articles visés par la publicité pendant une période de validité
- Se réapprovisionner en cas de rupture de stock au cours de cette période
- Poursuivre la vente des articles concernés au-delà de la période de validité de la publicité.

Les périodes de soldes : il est possible de solder pendant 2 périodes de 4 à 6 semaines par an. Les dates des soldes sont fixées chaque année dans chaque département par arrêté préfectoral.

Les articles qui peuvent être soldés : tous de quelque nature qu'ils soient sous réserve qu'ils aient été payés et présentés à la vente depuis 30 jours au moins avant la date réglementaire de début des soldes. Les articles soldés doivent être munis d'étiquettes « soldes ».

L'usage du mot « soldes » : Le terme "soldes " est strictement réservé aux opérations de soldes prévues par la loi et ne peut donc pas être utilisé en dehors des périodes de soldes.

Les réductions de prix : les rabais doivent être calculés par rapport aux prix les plus bas pratiqués au cours des 30 derniers jours précédant le début de la publicité. S'agissant d'articles invendus dans la période récente, il est toléré de retenir comme prix de base le dernier prix pratiqué. Les prix de vente conseillés par le fabricant ou l'importateur peuvent également servir de prix de référence à condition qu'ils soient couramment pratiqués par les autres revendeurs des mêmes produits.

La revente à perte : la revente à perte est admise afin de faciliter l'écoulement des articles soldés et uniquement sur ceux-ci.

Le double marquage : les articles vendus à prix réduits doivent comporter l'indication du prix de référence et du prix réduit.

Toutefois, la possibilité de procéder par escompte de caisse reste ouverte :
Si l'annonce de rabais est d'un taux uniforme et se rapporte à des produits parfaitement identifiés, la réduction peut en effet être effectuée par escompte de caisse.
Dans ce cas, l'indication sur chaque produit du prix réduit n'est pas obligatoire à la double condition :

- qu'une publicité générale effectuée en magasin indique les taux de rabais applicables aux différentes catégories de produits, par exemple :
  - 20 % sur les pantalons et - 30 % sur les robes
  - 20 % sur les articles marqués d'un point rouge, - 30 % sur les points bleus etc...
- que cette modalité "Rabais effectué à la Caisse" fasse l'objet d'une information de la clientèle par un affichage en magasin.

En cas de contrôle : il appartient à l'annonceur de justifier de la réalité de ses prix de référence et donc de la sincérité de ses rabais. A cet égard, un prix affiché, mais qui n'a pas été pratiqué, ne peut servir de base à une annonce de réduction de prix. Un prix est en effet considéré comme pratiqué lorsqu'une vente a été réalisée à ce prix.

Et après les soldes ? l'écoulement d'un stock reste possible en dehors des périodes de soldes à condition de ne pas en faire de publicité, y compris en vitrine et de ne pas utiliser le mot « soldes »
Les articles à écouler peuvent par contre être présentés dans le magasin à prix nets (sans qu'un rabais apparaisse).

Les textes applicables : Loi n° 96-603 du 5/07/1996 et décret n° 96-1097 du 16/12/1996
Arrêté Ministériel n° 77-105/P du 2/09/1977